

Konsentrasi/Bidang/Minat:

Manajemen Pemasaran

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PELANGGAN PIZZA HUT SURABAYA



**OLEH:
RICKY DIHYAN ANUGRAH
3103015282**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PELANGGAN
PIZZA HUT SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:

**RICKY DIHYAN ANUGRAH
3103015282**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PELANGGAN PIZZA HUT SURABAYA

**OLEH:
RICKY DIHYAN ANUGRAH
3103015282**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.
NIK: 311.95.0230
Tanggal: 21 Juni 2019

Pembimbing II



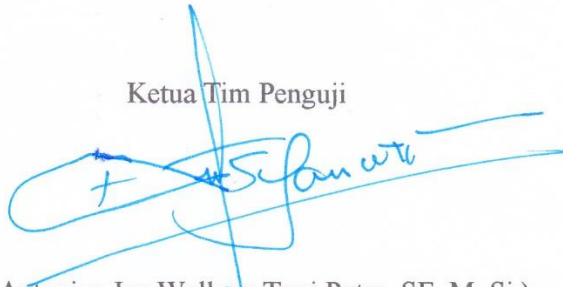
Maria Mia Kristanti, SE., MM.
NIK: 311.98.0359
Tanggal: 19 Juni 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **Ricky Dihyan Anugrah NRP: 3103015282**

Telah diuji pada tanggal 3 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



(Dr. Antonius Jan Wellyan Toni Putra, SE, M, Si.)

NIK : 311.97.0285

Mengetahui,



Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., Ak, CA, CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit, H.L., SE., M.Sc.
NIK. 311.11.0678

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ricky Dihyan Anugrah

NRP : 3103015282

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality*, *Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25-6-2019.....

Yang menyatakan



(.....)
Ricky Dihyan Anugrah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, karena penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Product Quality*, *Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga penulis yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
7. Teman-teman dari The Kasta (Tessa, Regina, Devi, Adit, Bima, Fahmi) yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Teman-teman satu bimbingan (Fidela, Alex, dan Fahmi) yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Felix, Jovi, Donny, Eric dan Ade yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya, Juni 2019

Penulis,

Ricky Dihyan Anugrah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Product Quality</i>	8
2.1.2 <i>Service Quality</i>	11
2.1.3 <i>Brand Image</i>	13
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20

2.3.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.3.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	21
2.3.5	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.6	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.7	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.4	Rerangka Konseptual	23
BAB 3 METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.2	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	25
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	25
3.2.2	Definisi Operasional.....	25
3.2.3	Pengukuran Variabel.....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data	28
3.4	Metode Pengumpulan Data	28
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	29
3.6	Analisis Data	30
3.6.1	Uji Normalitas Data	30
3.6.2	Uji Validitas	30
3.6.3	Uji Reliabilitas	31
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	31
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural	32
3.6.6	Uji Hipotesis.....	32
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Responden Penelitian	33
4.2	Deskripsi Data.....	34
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	34
4.3	Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1	Hasil Uji Normalitas Data	38
4.3.2	Hasil Uji Validitas Data	39

4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas Data	40
4.3.4 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	44
4.3.5 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	44
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis	45
4.4 Pembahasan.....	47
4.4.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47
4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47
4.4.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	48
4.4.5 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	48
4.4.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	48
4.4.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	49
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	50
5.2 Keterbatasan.....	51
5.3 Saran.....	52
5.3.1 Saran Akademis	52
5.3.2 Saran Praktis.....	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Top Brand Award Kategori Restoran Pizza	4
Tabel 1.2 Lokasi Restoran Pizza Hut di dalam Mal di Surabaya	4
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	19
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Tabel 4.4 Interval Rata-Rata Skor	35
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	35
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	36
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	36
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	37
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	37
Tabel 4.10 Tabel <i>Univariate Normality</i>	38
Tabel 4.11 Tabel <i>Multivariate Normality</i>	39
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Product Quality</i>	40
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Service Quality</i>	41
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Brand Image</i>	42
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Customer Satisfaction</i> ...	42
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Customer Loyalty</i>	43
Tabel 4.18 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Persyaratan Menjadi Responden
Lampiran 3	Karakteristik Responden
Lampiran 4a	Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Product Quality</i>
Lampiran 4b	Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Service Quality</i>
Lampiran 4c	Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Brand Image</i>
Lampiran 4d	Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Customer Satisfaction</i>
Lampiran 4e	Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Customer Loyalty</i>
Lampiran 5	Frekuensi Responden
Lampiran 6	Uji Normalitas
Lampiran 7	Output SEM
Lampiran 8a	<i>Path Diagram (T-Values)</i>
Lampiran 8b	<i>Path Diagram (Standardized Solution)</i>
Lampiran 8c	<i>Path Diagram (Estimates)</i>

ABSTRAK

Saat ini bisnis kuliner telah berkembang pesat. Salah satu bisnis kuliner yang berkembang pesat adalah restoran pizza. Saat ini, restoran pizza menyediakan berbagai macam variasi makanan dan minuman cepat saji dengan berbagai inovasi yang mampu mengikuti perubahan minat konsumen. Hal ini dimaksudkan agar pelanggan tetap loyal pada perusahaan. Namun, sebelum loyalitas terjadi, pelanggan perlu dipuaskan terlebih dahulu yaitu dengan memberikan kualitas produk, dan pelayanan, serta menanamkan citra merek yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *product quality*, *service quality* dan *brand image* dapat mempengaruhi *customer loyalty*, melalui *customer satisfaction*. Objek penelitian adalah pengunjung restoran Pizza Hut di Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 160 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Pizza Hut di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan SEM dengan *software* LISREL.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product quality*, *service quality* dan *brand image* berpengaruh secara langsung terhadap *customer satisfaction* yang berarti bahwa dengan memberikan produk, kualitas layanan dan citra yang positif, maka pelanggan dapat merasa puas. Selain itu *product quality*, *service quality*, dan *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan loyal dengan suatu restoran ketika merasa puas terhadap restoran tersebut.

Kata kunci: *Product quality*, *service quality*, *brand image*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*

IMPACT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE IN PIZZA HUT SURABAYA CUSTOMER

ABSTRACT

Owadays the culinary business has grown rapidly. The One of the fast-growing culinary businesses is a pizza restaurant. Recently, pizza restaurants provide a variety of fast food and drinks with a variety of innovations that able to keep up with changes in consumer interest. It is meant that customers are being loyal to the company or restaurant. However before the loyalty become customers should satisfaction with what they feel by giving the best product quality, and service quality also instill good brand image.

This research is supposed to test whether product quality, service quality, and brand image can affect customer loyalty through customer satisfaction. The research object is Pizza Hut Restaurant's customer in Surabaya. There are 160 respondent and sampling techniques using purposive sampling. The data is used primer date that earned by spreading questionnaire to Pizza Hut's customers in Surabaya. The data analyze technique uses SEM with LISREL software.

The research result shows product quality, service quality, and brand image effect directly towards customer satisfaction that means by giving product, service quality, and positive image, thus customers feel satisfied. More over product quality, service quality, and brand image effect positively to customer loyalty through customer satisfaction. These things show customers will be loyal for a restaurant which satisfied with its restaurant.

Keywords: *product quality, service quality, brand image, customer satisfaction, customer loyalty*